

МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ
Запорізький державний медико-фармацевтичний університет

КАФЕДРА УПРАВЛІННЯ ТА ЕКОНОМІКИ ФАРМАЦІЇ

ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ та МАРКЕТИНГ

Книга 2. «МАРКЕТИНГ У ФАРМАЦІЇ»

Навчальний посібник

*для студентів фармацевтичних факультетів
спеціальності 226 «Фармація, промислова фармація»
професійної кваліфікації «фармацевт»*

За редакцією д-ра фарм. наук, професора Н. О. Ткаченко



Львів
Видавець Марченко Т. В.

УДК 615.1(075.8)
Ф 24

*Затверджено на засіданні Центральної методичної ради ЗДМФУ
та рекомендовано для використання в освітньому процесі
(протокол №2 від «08» грудня 2023 р.)*

Автори-укладачі:

Наталія Олександрівна Ткаченко – д-р фарм. наук, професор;
Вікторія Олександрівна Демченко – канд. фарм. наук, доцент;
Наталія Михайлівна Червоненко – канд. фарм. наук, доцент;
Тамара Пантелеймонівна Зарічна – канд. фарм. наук, доцент.

Рецензенти:

Інна Володимирівна Бушуєва – д-р фарм. наук, професор, зав. каф. управління і економіки фармації та фармацевтичної технології ЗДМФУ;
Віталій Валентинович Гладішев – д-р фарм. наук, професор, зав. каф. технології ліків ЗДМФУ.

Ткаченко Н. О., Демченко В. О., Червоненко Н. М., Зарічна Т. П.

Ф 24 **Фармацевтичний менеджмент та маркетинг. Книга 2. «Маркетинг у фармації»** : навчальний посібник / Н. О. Ткаченко, В. О. Демченко, Н. М. Червоненко, Т. П. Зарічна ; за ред. Н. О. Ткаченко. – Львів: Видавець Марченко Т. В. – 262 с.

ISBN 978-617-7937-99-8

Посібник містить комплекс навчального забезпечення до Розділу 2 «Маркетинг у фармації» з дисципліни «Фармацевтичний менеджмент та маркетинг» (інформаційний матеріал, дискусійні питання, питання для самоконтролю, завдання для практичної роботи, приклади ситуаційних тестових завдань для самоконтролю та перелік літератури).

Для підготовки магістрів фармації галузі знань 22 «Охорона здоров'я» за спеціальністю 226 «Фармація, промислова фармація», професійної кваліфікації «фармацевт».

УДК 615.1(075.8)

ISBN 978-617-7937-99-8

© Ткаченко Н. О., Демченко В. О.,
Червоненко Н. М., Зарічна Т. П.
© Видавець Марченко Т. В.

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА	4
ТЕМА 1. Основні положення маркетингу у фармації. Концепція управління фармацевтичним маркетингом	5
ТЕМА 2. Ринок як об'єкт маркетингу. Фармацевтичний ринок, його особливості. Вивчення ринку лікарських засобів	34
ТЕМА 3. Ринковий попит і пропозиція. Особливості формування попиту на лікарські засоби	59
ТЕМА 4. Інформаційні маркетингові системи. Маркетингові дослідження	83
ТЕМА 5. Товар в системі маркетингу. Товарна політика фармацевтичних підприємств	115
ТЕМА 6. Ціна, ціноутворення, цінова політика фармацевтичних підприємств	149
ТЕМА 7. Збутова діяльність фармацевтичних підприємств	179
ТЕМА 8. Система маркетингових комунікацій. Маркетингові дослідження просування лікарських засобів на фармацевтичному ринку	206
ТЕМА 9. Міжнародний фармацевтичний маркетинг	231
РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА	258

Навчальне видання

ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ та МАРКЕТИНГ

Книга 2. «МАРКЕТИНГ У ФАРМАЦІЇ»

*Навчальний посібник
для студентів фармацевтичних факультетів
спеціальності 226 «Фармація, промислова фармація»
професійної кваліфікації «фармацевт»*

За редакцією д-ра фарм. наук, професора Н. О. Ткаченко

Формат 60×84/16. Папір офсетний. Друк цифровий.
Гарнітура PT Serif.
Умовн. друк. арк. 10,23.

Видавець Марченко Т. В.
м. Львів-53, 79053, Україна, тел.: +38 (050) 370-19-57
e-mail: magnol06@ukr.net
<https://magnolia.lviv.ua>

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи
до Державного реєстру видавців, виготівників і розповсюджувачів
видавничої продукції: серія ДК № 6784 від 30.05.2019 року,
видане Державним комітетом інформаційної політики,
телебачення та радіомовлення України.

Надруковано у друкарні видавця Марченко Т. В.